no.174
1981年10/1
OCTOBER 1
アミューズメント通信

# ゲームマシン

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., 9-16 Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Japan ¥7200, Overseas (air mail) -US$60.00 per year.


毎月2回（1日・15日）発行　発行所 アミューズメント通信社　編集・発行人 赤木真澄　大阪市北区神山町9-16（山名ビル）〒530 ☎06(314)0309　郵便振替 大阪307852　定価300円　年間購読料7,200円（送料共）

## アストロ・ブラスター TV機で初の著作権登録

### グレムリン社から譲渡され、文化庁に申請、認められ

セガ社

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、ローゼン社長）では同社TVゲーム機「アストロ・ブラスター」に関し、著作権法に基づき、文化庁によりその著作権の「移転の登録」がなされたことを発表、TVゲーム機の著作権確立にひとつの足がかりを作ったことを明らかにした。

これは九月十一日、東京のホテルオークラで開かれた同社記者会見で明らかになったもので、文化庁段階で同社TVゲーム機の登録がなされたことで、TVゲーム機の著作権が完全なまでではないにしろ認められた成果を発表するとともに、同社TVゲーム機のコピーに対する対策の進行状況を報告、厳しくコピーを排除していく考えを明らかにした。

日本の著作権法は本来登録を必要としない「無方式主義」をとり、米国の著作権法が採用している「方式主義」（著作権局に届けられた著作物を登録する）と方式を異にしているが、万国著作権条約の批准国同士である。しかも、日本では「実名の登録」などどうしても登録が必要なケースについては文化庁での登録が規定されている。今回の著作権の登録はこうして規定されたもののうち、「譲渡の登録」（法第七十七条）によるもの。

「アストロ・ブラスター」はセガ社の系列会社である米国グレムリン社（本社サンディエゴ、ブラウ社長）開発のTVゲーム機で、米国での著作権はすでに登録されていた。そこで日本のセガ社はこれを米国から譲渡してもらい、その事実を七月二十一日文化庁に申請し、八月六日付で登録されたことが確認されたもの（登録番号第12029号-1）。文化庁では外国からの著作物について、日本での著作物として認められなければ登録を拒むことができるが、実際には受入れられたことにより、日本での著作物として認められたことになる。

同社ではこの事実を発表するとともに、同社TVゲーム機のコピーに対し然るべき方針で進めていると強調、TVゲーム機のコピー排除についての決意を示した。またこの記者会見の席には中村JAMMA会長と㈱新日本企画などメーカー数社も出席、コピー排除について報告、意見交換が行なわれた（次号で詳報）。

上の写真はセガ社記者発表にて（左から）同社田中弁護士、西倉部長、JAMMA中村会長、説明に立つ同社中山副社長

### 「著作権法」抜すい

**第二条**（定義）　この法律において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

一　著作物　思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいう。

二　著作者　著作物を創作する者をいう。

十　映画製作者　映画の著作物の製作に発意と責任を有する者をいう。

十四　録画　影像を連続して物に固定し、又はその固定物を増製することをいう。

十九　上映　著作物を映写幕その他の物に映写することをいい、これに伴って映画の著作物において固定されている音を再生することを含むものとする。（三〜九、十一〜十三、十五〜十八、二十、二十一略）

**第十条**（著作物の例示）　この法律にいう著作物を例示すると、おおむね次のとおりである。

七　映画の著作物（一〜六、八略）

**第七十七条**（著作権の登録）　次に掲げる事項は、登録しなければ、第三者に対抗することができない。

一　著作権の移転（相続その他の一般承継によるものを除く。次号において同じ。）又は処分の制限（二以下略）

## 第19回AMショー前日の10月5日に開催決定

## TVゲーム機に関する第2回の 国際会議

日本アミューズメントマシン工業協会（本部東京、中村雅哉会長、略称JAMMA）では十月五日の午後、東京のホテルオークラで、TVゲーム機に関する「第二回国際会議」を開催することになった。

これは㈱ナムコ（本社東京、中村雅哉社長）主催により三月九日、ホテルオークラで開かれたTVゲーム機に関する第一回「国際会議」が今回は公的レベルへと引継がれ、幅広い参加をTVゲーム機メーカーなどに呼びかけることになったもの。とくに第19回AMショーが十月六日から東京で開かれ、これに伴って世界中のメーカーも来日することから、この時期にうまく開かれることになった（なおこの第二回会議についてもナムコでは、第一回同様に私的会議の予定で進めてきたようだが、JAMMA第四回理事会＝九月六日＝で正式に提案、JAMMA主催が決まった）。

第二回国際会議は、TVゲーム機のコピーを国際的に排除していくことを主目的にする会合で、前回出席メーカー四社（ナムコ、セガ社、タイトー、任天堂レジャーシステム）を準備委員として進められることになっている。

米国から約十五社、ヨーロッパから約十五社、日本から約十五社の計約四十五社のTVゲーム機メーカーの出席を予定し、これに前回基調講演をした土井輝生早大教授など専門家の出席を合わせ約約二十ないし三十人の規模になる予定で、国際的見地から、前回以上に前進した〝共同宣言〟を行なう見込みとなっている。

## 裁判含む各方針出す

### JAMMA「ビデオゲームの法的保護に関する委員会」

日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）の著作権問題特別委員会（中村雅哉委員長、委員十八社）の第二回会合（七月二十八日）でふたつの小委員会を新設することになったが、このうちTVゲーム機の著作権確立のための調査、研究を行なう小委員会（中山隼雄氏が担当）の第一回会合が九月三日、東京のホテルオークラで開かれ、同小委員会の方針などを打ち出した。

この会合の出席者はセガ社などTVゲーム機のメーカー六社。まず会の名称を仮に「ビデオゲームに対する法的保護に関する委員会」とすることになり、出席したメーカーを委員として、中山隼雄氏（セガ社）を委員長に、柿原孝氏（㈱テーカン）を副委員長に選任、田中克郎弁護士を同委員会顧問とすることになった。また同委員会の下に、調査、情報収集の実務を行なう実行委員会を設け、セガ社、㈱タイトー、㈱ナムコ、任天堂レジャーシステム㈱の四社を実行委員とすることになった。

以上を前提に次の方針を打ち出した。

(1) JAMMA会員は模倣などによる権利侵害に対しては、かならず裁判所に提訴する習慣を醸成し、現行法制のもとで判例上、著作権に基づく法的保護が確立されるよう働きかける。

(2) (1)の活動を実効的なものとするために、権利侵害および対応に関する事実をすべて会員より同委員会に届け出てもらうことにする。届出事項の範囲は、国内および国外における事件の全部におよぶものとする。

(3) (2)の活動に加えて、海外の団体および同業者に働きかけ、海外における権利侵害および対応に関する情報を提供してもらう。なお、この事業に関連して、中村会長に十月のAMショー開催の前に、第二回の国際会議を招集してもらう。

(4) 米、英、独等において、ビデオゲームについてどのような保護がなされているかについて、判例研究を行う。

(5) 前記(1)から(4)の現行法制下での活動と併行して、著作権法上ビデオゲームが明確に保護の対象となるよう政府機関に働きかける。

(6) (5)の活動の具体的実施の第一段階として、近日中に、中村会長、中山委員長、柿原副委員長および田中顧問が、警視庁、通産省、文部省を訪問し、模倣により業界がいかなる混乱状態にあるかを説明し、上記立法化の促進を要請する。

(7) 業界ジャーナリズムに対し、同委員会の活動の趣旨を徹底させるとともに、内外に模倣追放のキャンペーンを行なうよう積極的協力を要請する。

また同委員会は今後毎月二回、実行委員会は毎週一回開くとし、必要ならばJAMMA事務局にこのための専従職員を置くとの考えを固めた。

なおもうひとつの小委員会が中西昭雄氏を中心として進められているが、検討を重ねた結果、現段階では〝登録制〟を協会サイドで新設するのは難しいとの考えに至っているものの、さらに〝登録制〟創設を検討していくとしている。

【3めんに関連記事】

# クレジット式など「とばくに使われる機械」で見解示す
## ショー委員会が　AMショーで出品不可能に

第19回アミューズメントマシン（AM）ショーの企画、運営を進めているショー委員会（委員長＝中山隼雄氏・セガ社）では、八月二十七日のショー実行委員会での結論をもって、従来明らかでなかった「と博行為に使用されるような機械」の解釈について、その見解をまとめ九月三日付で出展社などに通知した。

この通知内容によると、ショー「出展の手引」の中の「出展取扱規定」のうちA－(4)－㋭として、「もっぱらと博行為に使用されるような機械は出展できません」とあり、このような機械の出品に対してはショー委員会の指示に従ってもらうことになっている（指示に従わない場合は出展を断わる場合もある）が、さてどのような機械かが明確でなかった。そこで「もっぱらと博行為に使用されるような機械」は次のように解釈されることになった。

「テーブル型、カウンタートップ（卓上型）、ロタミント型ゲーム機のうち、次のもの。

(1) 紙幣識別機が搭載されている機種

(2) ゲームの結果、一定の倍率でクレジットがあがるもの」

これらの解釈について同委員会は、いろいろな意見もあるだろうがAM業界の社会的地位の向上ならびに健全な発展のため、ぜひ協力をお願いするとし、以上のほか出展取扱規定にあるとおり、ルーレット、ブラックジャックなどの出品ができないことの注意をも促がしている。

なおコインとばくの例はあとを絶たず、AM業界とGマシンの関係が次第にクローズアップされつつあるが、最近の傾向としてテーブル型Gマシンの流行が指摘されており、とくに以前ならばメダルないしコイン（硬貨）の払い出しでとばくを行なっているケースが多かったが、最近では払い出しがない代りにクレジットで換金するなどより巧妙なものがあるとして、取締当局ならびに業界関係者は神経をとがらせている。また取締当局関係者によると、この種の摘発例でとくに最近多いのは従来からのスロット、ビンゴのほか電光点滅式（テーブル型、壁かけ型とも）とTVGマシン。TVGマシンでは競馬、競艇を内容とするもの、ポーカー、ブラックジャックなどを内容とするもの、麻雀ゲームなど――およそギャンブルにつながる内容のゲームが多いとしている。

ショー委員会では、同委員会見解としてAMショーには「風営対象機（風営用しか使えない機械）の出品はできない」としており、この点ともあわせ実際の第19回AMショーでどれほどの成果が挙がるか注目されている。

**ジュークボックスによるベストヒット 10**　セガ社調べ

| 順位 | 曲名 | レーベル | 演奏者 |
|---|---|---|---|
| 1 | 長い夜 | ノース | 松山千春 |
| 2 | メモリーグラス | SD | 堀江淳 |
| 3 | すみれ色の涙 | ビクター | 岩崎宏美 |
| 4 | かっとびロックンロール | クレイジーライダー | 横浜銀蝿 |
| 5 | ハリケーン | エピック | シャネルズ |
| 6 | キミに決定 | NAV | 田原俊彦 |
| 7 | 守ってあげたい | エキスプレス | 松任谷由実 |
| 8 | まちぶせ | NAV | 石川ひとみ |
| 9 | みちのくひとり旅 | キャニオン | 山本譲二 |
| 10 | ブルージーンズ・メモリー | RCA | 近藤真彦 |

全日本地区：8月8日～8月21日の2週間

# TVゲーム機の"めかくし"特許　専用実施権を獲得
## タイトーが8月に契約

二人用TV麻雀ゲームなどにあるようにTV画面の一部を各プレイヤーだけが見れるようにする"めかくし"の仕組みに関して、すでに特許申請中となったが、㈱タイトー（本社東京、コーガン社長）では八月にこの特許の専用実施権を獲得していることをこのほど明らかにした。

この特許申請は東京都港区の最上正太郎氏が、昭和五十四年五月二十五日に出願、五十五年十二月九日に公報でその内容が公開されているもの。内容はテーブル型TVゲーム機で、画面は各人がすべて見ることのできる画像部分とそれぞれのプレイヤーだけがそれぞれに見ることができるようにした"めかくし"システムに関する特許。現在の段階は出願中であり、従って特許として確定しているわけではないもののそれなりの効果を持っており、それゆえ専用実施権についても、将来において特許が確定した段階で今年八月に遡って有効となるとされている。タイトーでは以上に基づきすでに日本物産㈱（本社大阪、鳥井末治社長）と了解済みになったとしている。

なおデータイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）では、同特許出願以前に同じ内容の"先使用"の例があったとし、さらに五十四年九月十三日に実用新案として出願していることから、最上氏とは今年五月以来話合いを続けているとのこと。

# シグマTV機「スパイダー」で　米国（ベンチャーライン）に許諾
## 登録済の著作権についても使用許可

シグマ商事㈱（本社東京、真鍋勝紀社長、㈱シグマと同資本のゲーム機開発、製造、販売会社）では同社TVゲーム機「スパイダー」に関して、北米市場を対象に米国ベンチャーライン社（本社アリゾナ州、ジョー・ヨーク社長）に基板販売の形で製造許諾を与えたことを明らかにした。指定されたマーケットは東部ニューイングランド六州を除く米国全域とカナダとなっている。

同社ではすでに米国において同機に関する著作権などを登録しているが、今回のライセンス契約により同機に関する著作権などの使用権、実施権もベンチャーライン社に与えた。従って同社では、同社ならびに同社許諾品以外の製品に対しては、著作権その他の諸権利の侵害が問われる（但し、ことし九月十日以前に入手されたことが証明されるならば追及されることはない）としている。

# JAMMA・電取委メンバー確定　電気用品調査委員　派遣委員も

日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）の電気用品取締法委員会（委員長＝福田哲夫・データイースト㈱）ではこのほど同委員会メンバーを確定し、㈳日本電気協会の電気用品調査委員会派遣メンバーを次のとおり選任、承認されたことを明らかにした。

委員＝㈱タイトー、データイースト㈱、㈱ナムコ、㈱バリー・ジャパン、㈱ユニバーサルの五社。

派遣＝電気用品調査委員会・委員に福田哲夫氏。同第九部会（電動力応用機器）に嶋崎勝啓氏（㈱ユニバーサル）、同第五分科会に橋本暁氏（㈱タイトー）。

同第十部会（電子応用機器）に白鳥威氏（㈱ナムコ）、同第十二部会（光源応用機器）に大沢光治氏（㈱ナムコ）。

電気玩具安全設計専門部会に大石剛治氏（データイースト㈱）。いずれもJAMMAからの派遣委員として、今後の電気用品の扱いなどについて業界側意見を述べることになっている。





# コピー対策を強力推進
## セガ社、「フロッガー」のコピー改造基板で

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、ローゼン社長）ではこのほど同社TVゲーム機に関して、そのコピー対策を強く進めていることを明らかにした。

同社TVゲーム機のうち最新機種のひとつである「フロッガー」については、同社は七月二十二日に同機開発者のコナミ工業㈱（本社大阪、上月景正社長）から世界中で独占的に製造、販売するライセンス契約を締結した（本紙第171号既報）。その上で同社はコピーの出現に対し警告を行なうなどいろいろな防止対策を実施した。とくに八月に入って同社は、「フロッガー」のコピーボードの回収方針を実施、オペレーターが入手した同ゲームのコピー改造基板とその領収書をセガ社まで届けるならば、無料で同社純生の基板と取替える（ただし製造許諾証紙代一万円が必要）とした。

こうしたコピー対策にかかわらず、「フロッガー」のコピーボードが各地で出現したとのことで、これに対しセガ社では、コピー基板そのものを含める証拠の収集を開始、そのいくつかについては製造、販売の流れを解明したうえで、仮処分申請ならびに民事訴訟を不正競争防止法などを根拠にすでにいくつか起した、としている（詳しくは追って詳報）。またその一環として同社では、太東商事㈱（本社山梨県、山下征士社長）など二社がコピー基板を販売しているとして対策を進めており、とくにこの件では関係するNAOにも申し入れを行なった。

## NAOに対し、その役員のコピー活動で申し入れ

セガ社が九月八日付で日本アミューズメント・オペレーター協会（NAO）あてに申し入れた文書の内容は次のとおり。

＊　＊　＊　＊

弊社の入手した情報及び証拠によりますと貴協会の幹事である太東商事株式会社及び会員である中央リース販売株式会社は、ビデオ・ゲーム「フロッガー」の内容にそっくりのビデオゲーム基板を「フロッグ」の名称のもとに販売しております。

ご存知のとおり「フロッガー」はコナミ工業株式会社によって開発されたゲームですが、その後弊社に著作権及び商標登録を受ける権利が譲渡され、かつ、世界的規模における独占的実施権がコナミ工業株式会社より弊社に認められているもので、それとそっくりそのままのビデオ・ゲームの要素たる基板を製造または販売することは、業界のルールに反するばかりでなく不正競争防止法などに抵触する違法行為であります。

弊社が、これまで何回も、業界紙などに広告して、かかる違法行為が行なわれぬよう要請して参ったにもかかわらず、貴協会の役員及び会員が平気でかかる行為を侵されることは、全く憤慨にたえません。

コピー問題については、昭和五十六年八月号「アミューズメント産業」特別報道稿中の貴協会と弊社との懇談会の席上でも、強く要望申し上げました通り、コピー商品を排し、コピー商品を作らない、売らない、買わない、の三原則を確立し、業界ルールの正常化をはかることが日本のアミューズメント業界の当面した最も大きな課題であるといっても過言ではなく、そのためにはメーカー自身はもとより、NAOの会員各位の理解と協力が必要不可欠なことです。

過去、何度となく、相互に確認し合ってきた、こうしたことがらにもかかわらず、今回のような事態が発生したことを誠に遺憾に存ずるしだいです。

なにとぞ業界の秩序維持の指導者たる貴協会の使命に照らして、適切かつ厳重なるご処置をされますよう、お願い申し上げます。

# ナムコでも　商品部新設

㈱ナムコ（本社東京、中村雅哉社長）では九月一日付で商品部を新設したことを明らかにした。商品部は商品課とサービスセンターの二課からなるもので、従来の営業部商品課と同サービスセンターの業務がそれぞれ引継がれ、真鍋正（営業担当常務が統轄に当たる。

同社によると、これはマーチャンダイジングの強化推進を主な目的とした機構一部改革となる。なお以上にともない次のとおりの人事異動が行なわれた（カッコ内旧職）。

商品部長＝山田茂氏（監査室長）、監査室長＝山内一氏（相談役）、商品課長＝松浦照男氏（営業部商品課長）、サービスセンター所長＝山本和夫氏（営業部サービスセンター所長）。

# オペレーターのための「マイコン教室」開講
## タイトー本社

㈱タイトー（本社東京、コーガン社長）では、オペレーターのための「マイコン教室」を九月二十二日から二ヵ月間、六日間にわたって本社六階会議室で開くことになり、その受講者を募集中である（ただし定員になり次第締切る）。

この「マイコン教室」は、業界に関連するコンピューターについて知識を習得するために開かれるもの。①マイコンの基礎知識、②MZ－80Bの使い方、③BASICの使い方、④実務面でのマイコンの活用（売上処理、ゲームソフト）など業界の実情にそってカリキュラムが編成されており、とくにロケーション別・機械別の売上げの集計、分析の事務処理や、簡単なTVゲームのプログラミング作業まで習得できるのが特徴となっている。

この企画はシャープ㈱東京サービスセンターと㈱ニデコの協力で実現したもので、講師にはシャープ㈱東京サービスセンターから派遣される。受講資格はタイトーの取引関係のあるオペレーター、参加料は無料だが、使用するマイコン「シャープMZ－80B」を一台購入しなければならないとしている。

# 補助基板の接続によるビデオゲーム機のゲーム内容変更行為に関する申し合わせ（最終版）

JAMMA第四回理事会（九月八日）で採択された「補助基板の接続によるビデオゲーム機のゲーム内容変更行為に関する申し合わせ」は次のとおり。なおこれは第二回著作権問題特別委員会（七月二十八日）で採択された申し合わせ（本紙第172号既報）をさらに修正したもの（傍点部分が修正箇所）。

ビデオゲーム機の場合、現在使用されている機械に、補助（サブ）基板を接続する、またはその機械のROMに固定されたプログラムを改変することによりゲーム内容を変更させ飽きのきたゲームに変化をもたすことが、売上の増加（増収）を図るということで最近目立って多くなってきております。

こうした行為については、(1)オリジナルなメーカーに属する工業所有権や著作権を侵害する可能性や、(2)電気用品取締法に触れる可能性があるばかりではなく、故障した場合のメンテナンス責任の所在などが不明確になるおそれがあります。従ってこうした事態が起こらないようにするために私たちは、オリジナルなメーカー製品ならびにその許諾製品に補助基板を接続することなどにより、オリジナルなゲームと類似したゲーム内容に変更させる行為ならびにそれに伴う一切の業務を行なう場合、オリジナルメーカーとの十分な話し合いと了解を経て行なうべきであるとの立場に立つことを確認したうえで、全国のオペレーター、ディストリビューター、メーカーに対して以上の要領によるご協力をお願い申し上げます。

## JAMMAの回答に対して〝著作権協会〟が反論

日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）と日本アミューズメントマシン著作権協会（本部東京、森田寛正会長）の間で、JAMMAによる六月二十五日付の文書「『ジャンピュータ』の商標権問題への対応」に関する応酬が続いているが、このほど八月二十一日付で著作権協会側が次のとおり「御通知書」をJAMMAに対し内容証明便を送った。

### 御通知書

拝啓、通知人日本アミューズメント・マシン著作権協会は、被通知人日本アミューズメント・マシン工業協会に対して、左記の通り御通知申し上げるとともに、良識ある善処を望むものであります。

記

貴協会配布のオペレーター各位宛「ジャンピューター」の商標権問題への対応」と題する文書によれば、貴協会員のオペレーター各位のロケーションに「日本アミューズメント・マシン著作権協会のものと称する人達」が訪れ商標権の侵害だといって、ジャンピューターの電源を切るように申入れる行為が続発し、同時に警察当局とも相談してその対応策をたてていることを注記として、日本アミューズメント・マシン著作権協会（森田寛正会長）は日本アミューズメント・マシン工業協会とは関係のない団体である旨記載があります。右記載は、貴協会の理事者各位を別にすれば世間一般から見て通知人協会が暴力的違法行為をなし司直の取り調べを受けているかの誤解を与えるものであります。その為通知人協会は右文書を黙視し得ず、貴協会に対し、昭和五六年七月一〇日付抗議文を交付致したものであります。右抗議文の主意は、右配布文書記載の違法行為者は通知人協会と関係があるが如き誤解を招くものであり、よくよく調査されたものかどうか、調査されずに安易に信用を重んずる通知人協会の名前を業界に流布する事は、はなはだ遺憾であるとの点にあるものであります。それにもかかわらず、貴協会代理人の内容証明郵便による回答書は配布文書に日本アミューズメント・マシン著作権協会のものと「称する人達」と記載した事は何らの法的責任はない旨の回答に終始するものであり、はなはだ道義的心情を欠落し、世間の常識を解し得ないものであります。

本書面をもって通知人協会と配布文書記載の「称する人達」とは一切無関係である事、貴協会配布の文書により世間一般から通知人協会が誤解を受けるものである事を通知するものであり、従って通知人協会の主意を理解いただき、早急に文書配布先に『称する人達』と通知人協会は無関係であった旨周知徹底されたく要望するものであります。

## ツムラが新社屋を披露

右の写真は新本社披露会にて津村社長夫妻、下の写真は新社屋。

㈱ツムラ（本社大阪、津村三百次社長）では九月三日、新本社の落成を記念し、関係者を招いての披露宴を開いた。

新本社は本社ビルのほか関連会社の関西企画サービスの入ったツムラビルの二棟と駐車場。披露宴会場で津村社長は「長年の貯えで新本社ビルを披露できるところまできてうれしい。今後は総合商社ツムラの名のもとで販売にさらに力を入れたい」と語っている。

なおこの披露会は、当初「新製品発表会」を兼ねる予定であったが、第19回AMショー委員会からの申し入れにより、新製品発表会は中止し、同本社内ショールームでの陳列にとどまった。

## GSK販売　名古屋独立

ジーエスケー販売㈱（本社東京、松沢勇社長）ではこのほど同社・名古屋営業所を分離、ジーエスケー産業㈱として独立させた（設立は九月十六日）。

ジーエスケー産業㈱＝愛知県尾張旭市大塚町二の七の十三、旭ビル、☎（〇五二）七七五―五二五七、丸山重夫社長。

### 論潮　再び景品の価格

前回本欄でわざと一箇所間違っておいた記述について、不思議なことになにひとつクレームがつかなかったが、これはどうしたことだろう。プライズマシンの規定が合っているかどうかという、さる調査の結果（とされている）の数字が、もとのものとちょうど反対になっていたのに、だれも気がつかなかったのだろうか。

AMショーを目前に忙しいからなのか（これは善意の解釈）、あるいはどうせ守られてもいないプライズマシンの規定のことだからどうでもよいという人が多いためなのだろうか。後者の場合なら、これは嘆かざるをえない事態と言える。こうした意味から、今回は前回に引続きプライズマシンの規定に関する警鐘をまた鳴らさねばならない。

たとえば繁華街のゲーム場で大人を対象にしたクレーン遊技で（もちろん風営ではない）、時計やライターやその他ひと目見ただけで高額景品とわかるものを使用しているケースは、決して少なくない。果してこういうものは許されるのかどうか、許されていないのに実例がやたら目につくのはなぜか、取締当局ならびに業者団体はどういう取組みをしているのかしていないのか、取締なり対策が講じられているならその成果はどのように具体的にあがっているのかいないのか――などの疑問がある。少なくとも業界の責任者はこうした疑問に答えるべきだろうし、疑問をぶつけられる前に（言葉の正しい意味で）善処しておくべきだろう。それが大人の理くつと言うものである（ちなみに言いわけはヘリクツとされるものだ）。

プライズマシンの規定はSC、デパートなどで子ども対象にしたものである。このことを胸に手を当てて考えてほしい。たとえば、景品を大量にオペレーターに供給しているJOUで、最も多く供給している景品の値段は十九円とされている（原田事務局長）。プライズマシンの規定は現状で十分である、という明らかな証拠と言えよう。



### 社名変更

㈲サクセス（旧・サクセスアチーブメント東京）＝東京都大田区田園調布一の十一の十一、☎七二二―三九三三、吉成隆杜社長。

### 事務所移転

ヤギシタ電機㈱＝神奈川県小田原市寿町一の三の二十七、☎（〇四六五）三四―六一四一、今西久弥社長。

名鉄協商㈱＝名古屋市中村区名駅南二の十四の十九、住友生命名古屋ビル、☎（〇五二）五八二―一〇一一、梶井健一社長。

# '81オリンピアマシンショー 第1回

主催：日本電動式遊技機工業協同組合

# "パチスロ"など小型軽量化の傾向

## —ポスト・フィーバーを狙う!?—

東京会場のようす

回胴式の風営遊技機メーカーを中心とする日本電動式遊技機工業協(事務局=大阪市北区西天満六の一の二、千代田ビル別館、☎二六五−七七二七、吉武辰雄理事長、組合員数十三社)では九月十日と十一日の二日間、東京・上野のタカラホテルにて「81オリンピアマシンショー第一回」を開催し、関係業者ら約六百五十名が詰めかけ盛況となった。なお同ショーは大阪でも十月十六日から二日間、北区中之島の大阪国際貿易センターにて開かれることになっている。

### 業者サイドでもスロットからオリンピアと名称統一

同組合は昨年十一月、違法な機械改造などのトラブルをメーカーサイドで自主的に健全化しようとの目的で結成されたもので、風営認定基準の遵守を第一義に掲げている。「81オリンピアマシンショー第一回」は組合事業の一環として、同組合の主催によりパーティー形式での新機種発表展示会を開いたもので、回胴式および回転式の風営機が初めて一堂に会した展示会となった。

このショーの名称については、同組合の扱う機種が警察庁では「回胴式遊技機、回転式遊技機」と規定されている。だがこの呼び方は一般にはなじみにくいこと、また通称されている「スロットマシン」はともすれば賭博機を連想させるおそれのあることなどの理由により、同組合では回胴式、回転式などの風営機を総称して「オリンピアマシン」とし、これを展示会の名称にも採用したもの。なお展示会のテーマは「大衆娯楽へ一直線」としている。

展示会場では、すでに風営機として認定済のものが十八機種、認定申請中のものが一機種、参考出品として九機種が展示された。全二十八機種のうちほとんどが3リール5ライン方式の回胴式遊技機で、回転式は二機種のみ。また新機種では従来機の改良版と言えるものが多く展示された。なかでも特徴的なのは、展示機種の半数がパチンコ台の寸法に合わせた小型のものであり、風営スロットの小型化指向を象徴する展示会となったことだ。このことについて各出展社の話を総合してみると、大きくてコストの高い従来型は普及しにくいが、小型軽量化によりコストを安くし、さらにパチンコ台のスペースにも設置できるため、普及範囲は相当広がる——ということで、"ポスト・フィーバー"を意識したものとの声が多く聞かれた。

各展示についてはメーカーを中心とした小間割による展示で、その総発売元および販売代理店が同組合員であるところはメーカーとともに同じ小間から共同で出展する形となっている。出展社とその展示機種は次のとおり(社名が並ぶところはメーカー、総発売元、販売代理店の順)。なおそのうち「申請中」および「参考出品」となっているのが新機種で、あとはほとんどが従来機。

㈱ナック製作所・㈱エボン=「イーグルフォーク」「フラミンゴ」「ワンツースリー」(以上三機種は参考出品)、「ゴールデンジャック」「スリースター」(いずれも認可済)。㈱尚球社=「ジュピターシップ」「パチスロナイト」(認可済)。高砂電器産業㈱・㈱パイオニア=「スーパーセブン」「スーパースター」(認可済)。㈱マックス製作所・マックス商事㈱・丸朝商事㈲=「ニューヨーカー」(参考出品)、「ジェミニ」「クレイジージャックポット」「クレオパトラ」「エルドラド」(認可済)。㈱東京パブコ=「キングスランド」(申請中)、「ボブキャット」(参考出品)、「ゴールドスター」(認可済)。㈱瑞穂製作所=「アドバンスパートI」「パチスロアドバンス」(認可済)。サミー工業㈱=「スーパーボーナス」(参考出品)、「ゴールデンスターマークII」「スーパーオリンピア」(認可済)。㈱共和科学機材=「クイントスター」「ロイヤルスター」(以上二機種は回転式)、「ニュートライスター」(いずれも参考出品)。ユニバーサル販売㈱=「アメリカーナ」「スーパートロピカーナ」(認可済)。

展示会場には20世紀初頭のルーレットマシンから1930年代のスロットマシンも展示された

なお協賛メーカーとして七社が展示した。これは遊技機の付帯設備およびメダルなど関連品製造業者で次のとおり。㈱トーケン、㈲マル信産業=各種メダルなど。㈲USS方式自動補給工事、㈱アイキョウ=店の全機械を集中管理するコンピューター。シルバー電研㈱=メダル循環装置。㈱大泉製作所、㈱大都製作所=メダル貸機とメダル計算機。

このほか展示会場には、初期の米国製スロットマシンや日本製スロットマシンなども展示された。これらのうち初期の米国製ギャンブルマシンは、㈱マックス商事の角野博光社長所有のもの。今世紀初めのルーレットマシンから一九三〇年代のスロットマシンまで七台が並べられ、来場した関係業者やスロットファンの関心を引いた。

記者会見にて写真左は吉武辰雄理事長、写真右は柿内正憲専務理事

### 回胴式に加え回転式風営も日電協の取扱い範囲に

なお展示会の途中、同ホテルにて記者会見があり、これには同組合の吉武辰雄理事長、柿内正憲専務理事、田所修事務局長、伊東正泰事務局次長が顔を見せ、同展示会の趣旨や今後の活動方針などを語った。その中で吉武理事長は「当業界が大衆娯楽として発展するための開発努力の成果を見てもらう、という意味の展示会である。その機械開発は大衆の好みにそった方向を目指しており、あくまで風営認定基準にのっとり、遵法営業をするための開発努力を積み重ねていきたい」とし、同組合の言う"オリンピアマシン"を大衆娯楽として定着させたいと強調した。そしてその開発努力は回胴式、回転式以外の方式の遊技機開発にも向けられていくという示唆があった。さらにメーカーによる開発とともに行政側への働きかけにも言及し、現在のオリンピアマシンの遊技料金が各都道府県によって異なるので、その是正なども含めた制度上の問題について「当局との話し合いを積極的に進めていきたい」と語った。

同組合では東京会場の成果について「試行錯誤的な展示会だが、まずまずの成功」と評価しており、続いて十月中旬に開催が予定されている大阪会場の展示会についても「東京会場での成果を踏まえて、さらに充実したものにしたい」としている。

東京会場小間配置

上の写真は5枚とも各小間のようす。上から順に「東京パブコ」、「瑞穂製作所」、「サミー工業」、「共和科学機材」「ユニバーサル販売」。

上の写真は各小間のようす。上から順に「ナック製作所、エボン」、「尚球社」、「高砂電器産業、パイオニア」、「マックス製作所、マックス商事、丸朝商事」。

# 新 全国ゲーム場ガイド

## 第35回

## 東京・赤坂 六本木の巻

上の写真は「ワールドゲーム六本木1号店」の店内のようす。右下の写真は同店の入口部分。左の写真は㈱東京キャビオートの久田益男常務。

超一流のホテル、ナイトクラブ、料亭などが散在する赤坂、六本木あたりは、東京の中でも最も国際的なムードと華やかさをもった歓楽地である。明治時代から外人が多く住んでおり、外人向けの店が生まれたが、それを自分たちのものに消化しファッショナブルなタウンとしてしまったのが一時代前の六本木族。また一方、TBSとNETのテレビ局、俳優座などもあって芸能ビジネスの中心ともなっている。そして周辺に明治神宮、代々木森林公園、青山墓地など緑と静かな環境があることで、華やかな中にもどことなく落ち着いた雰囲気のあることが、この界隈のひとつの魅力になっていると言える。

ゲーム場は赤坂に二軒、六本木に四軒あり、近々もう二軒がオープンするようだが、土地柄のせいかほぼ一定している。しかしインベーダーブームの時はゲーム場は増えなかったが、シングルロケが激増したという。やはりあの異常なブームの影響は、超高級指向の土地

**パステム赤坂**　港区赤坂3-15-10、☎586-9913　本社＝㈱キープ（☎445-8280）

**ゲームイン・ラスベガス**　赤坂3-9、成弘ビル、☎586-5606、本社＝山根東京本社㈱（433-6601）

**ワールドゲーム六本木1号店**　六本木3-10、スクエアービル、☎403-0930、本社＝㈱東京キャビオート（☎404-3056）

**同・2号店**　六本木3-9-11、☎403-5609、本社＝同上。

**同3号店**　六本木3-14、ユアー六本木ビル、☎403-0489、本社＝同上。

**ゲームファンタジア六本木**　六本木3-11-6、うなかみビル、☎478-0658　本社＝㈱シグマ（☎496-6271）





## TOKYO 六本木

檜町公園　防衛庁　防衛施設庁　三河台公園　三河台中　外苑東通り　主都高速　俳優座　ワールドゲーム六本木（2号店）　ワールドゲーム六本木（1号店）　六本木駅　アマンド　ゲームファンタジア六本木　日比谷線　麻布警察署　ワールドゲーム六本木（3号店）　芋洗坂　城南中　東洋英和小・幼　麻布支所

柄といえども避けられなかったようである。

六軒のゲーム場に共通して言えることは、ほぼオールナイト営業であること、客層は子どもが少なく学生、サラリーマンが中心で、そのうち外人客が多いことが特徴。

まず四軒がかたまっている六本木だが、そのうち「ワールドゲーム六本木一号店」、同「二号店」、同「三号店」の三軒は、このすぐ近くに本社がある㈱東京キャビオートの運営の店。同社は当初、コインロッカーや自販機などの販売、リースを中心に娯楽機械も扱っていたが、昭和四十七年頃から遊戯場経営に主力を置き始め、現在都内に直営店十六カ所、リース先五十カ所を有している。

「ワールドゲーム六本木一号店」はスクエアービル一階にある。このビルのテナントはほとんどがディスコ。同ゲーム場はディスコに来る若者たちを対象に運営しており、終日活況を呈している。通りに面した側はガラス張りで、店内は明るく健全なムード。フロア面積は約六十坪で、アーケードゲーム機三十数台、TVスロットなどメダルゲーム機二十数台、対人ゲーム機三台を設置。同店ではフリッパー（十台）のフロアを分けており、フリッパーファンへの配慮をしている。

「二号店」はTVゲーム機を中心とした店で、フロアは約四十坪。テーブル型TVゲーム機二十台、アップライト型TVゲーム機十五台、TVドライブゲーム機二台、フリッパー七台という構成で設置。同店は一号店と比べると新機種は少ない。

「一号店」と「二号店」の店長を兼ねる山下氏は「若い外人客もよくプレイをしている。彼らは日本人のようにすぐ新機種に飛びつかず、比較的古いTVゲーム機を楽しんでいるようだ。メダルゲーム機も好んでプレイするかというと、余り興味を示さない。本来ギャンブル機なのを日本ではメダルゲームとして使用していることに、外人はなじめないのだと思う」と語る。メダルゲーム機というのは、あくまで日本人向きのゲームであると言えよう。

「ワールドゲーム六本木2号店」の店内にて

「三号店」は清潔な感じのするゲーム場で、フロア面積は約三十坪。テーブル型TVゲーム機十二台、フリッパー五台、その他アーケード三台、スロット中心のメダルゲーム機十五台を設置。杉谷店長は「ウィークデーは学生とサラリーマンが中心だが、日曜日になると家族連れが多い。なかでも外人の家族連れもよく見え、主にフリッパーを楽しんでいくようだ」と語る。

東京キャビオートの久田益男常務によると「当社のゲーム場はいい雰囲気を売ることをモットーとしている。設置機械についてはいろいろな機種を配置して、ボリュームある内容にしている。TVゲーム機のみというのでは、プレイヤーにゲーム場そのものがあきられるからだ。またその機械構成やレイアウトが微妙に売上げに影響するから、ただ単に人気機種を設置するだけでは、その機種の売上げがよくても店全体の売上げには結びつか

次ページへ続く

ないことが多い。運営についてはオペレーター自身がその機種の本当の面白さをよく理解することが大事で、それがその機械を生かすか殺すかのポイントになる」、また「今は宇宙もののゲームがやや下火と言われているようだが、これはオペレーターのほうが宇宙ものにあきているわけで、プレ

# 若い外人客多い高級街

イヤーはあきてはいないと思う。メダルゲーム機も一時復活したように見えたが、いまひとつといった状況だ。これはマンネリ化したゲーム内容にもよると思うが、無理にメダルゲームを普及させようとすればカジノ指向になりがちで、それではメダルゲーム本来のよさが失われる。メダルゲー

ムを健全に復活させようと思えば、メダルゲーム初期の頃の新鮮さを思い出し、カジノ指向にならぬよう健全運営を進めていくべきだ。その意味でメダルゲームはまだ試行錯誤の段階にあると言える」と、オペレーターの機械に対する認識と運営姿勢の大事さを強調する。

なお同社チェーン店ではフリッパー大会を開催しており、賞品としてアタリ社「ミドルアース」、セガ社「スペースシャトル」、スペイン製「マスターストローク」のフリッパーが各一台、贈られることになっており、フリッパーファン獲得に力を入れている。

六本木でもう一軒のゲーム場「ゲームファンタジア六本木」は、うなかみビルの一階での営業。この界隈で最もにぎやかな通りの外苑東通りに面し立地条件はよいのだが、同店の入口が少し奥まったところにあるというハンディもあるようだ。店内は約四十坪の細長いフロアとなっており、テーブル型TVゲーム機約二十台を中心にコックピット型TVドライブゲーム機、フリッパーなどアーケードゲーム機計二十数台、奥のフロアにパリースロット五台、TVスロット八台、大型メダルゲーム機三台を設置している。同店の坂本氏によると「客層はアベックが多く、子どもは珍しい。また外人もよく来る。外人に人気のあるゲーム機は〝ギャラクシアン〟で、だいたいメダルゲーム機よりTVゲーム機のほうをよくやるようだ。しかし外人にメダルゲーム機のプレイをさせると、日本人よりもかなり上手だ」と語る。

六本木では各ゲーム場ともフリッパーに相当の人気が集まっているようで、「一号店」などはあいた機械がないほど若者たちを引きつけている。これは前述のフリッパー大会のせいもあるが、もう一つの理由として、外人がよくうまいフリッパープレイを見せつけるため、それに刺激された日本人のプレイヤーが多いという話である。

さて赤坂だが、ここは高級指向の地区というイメージが強いことで、庶民が他の地区へ流れがちであるため、地元の企業や商店などが集まって〝赤坂をもりあげる会〟をつくり、毎年秋頃に「赤坂まつり」を開催。今年で三回目を迎え、赤坂を紹介する各種パレードが行われる。そのパレードのコースの中に二軒のゲーム場があり、両店ともこのまつりに大きな期待をかけている。

「パステム赤坂」は約二十五坪と小規模だが、テーブル型TVゲーム機、フリッパー、コックピット型TVドライブゲーム機、TVスロット、大型メダルゲーム機と各台数は少ないながら機種は豊富。総機械台数は二十数台。もと中学校教師をしていたという岡山店長は「当店に来る中学生には人に迷惑をかけないよう

「ワールドゲーム六本木３号店」にて

上の写真は「ゲームファンタジア六本木」の店内
下の写真は同店の奥まった入口部分のようす。

立地条件のよい「ゲームイン・ラスベガス」





礼儀作法を徹底して教えており、同伴してきた父兄にも喜ばれ、安心できる店として信頼を得ている」と非行防止に努めていることを強調し、また『プレイの上手な人にタダでゲームをしてもらい、それをゲームの知らない人に見せて面白さを理解してもらうようにしているので、初めて来た客はほとんど常連客になる。外人に対してもそのようにしているので、喜ばれている。客を待っているのではなくて、こちらから客へ積極的に働きかけていくことがゲーム場運営には必要。夜よりも客の少ない昼間の運営には、とくにそれが大事」と語る。

「ゲームイン・ラスベガス」は、銀座線「赤坂見附」のすぐそばで運営しており、立地条件はよく活況のようである。約四十坪のフロアで、テーブル型TVゲーム機四十台を中心にフリッパー二台、大型メダルゲーム機一台など計約五十台の機械を設置。鈴木店長は「今の大学生や若いサラリーマンたちはテレビとインベーダーで育ってきているので、昔の人のトランプや将棋に対する感覚と同じように、TVゲームは彼らの生活の一部となっている。その意味でTVゲームの分野は完全に定着してしまっており、ともすれば今のTVゲームソフトよりプレイヤーの能力のほうが進みがちで、もっと高度なゲーム内容が求められているように思う」、また「外人客については座ってプレイをすることに少し戸惑っていたようだが、やはり座るほうが楽なので、テーブル型TVゲーム機を好んでプレイしている」と語る。

赤坂、六本木界隈の若者たちは情報のキャッチが大変すばやいようで、例えば雑誌にパリーフリッパーなどが紹介されるや、ゲーム場でプレイする時にフリッパーの専門用語がポンポン飛び出すといったぐあいだ。そういうことでこの地区の〝はやりの機種〟が生まれ、それは他地区の人気機種とは少し異なっているようだ。

上の写真は２枚とも「パステム赤坂」のようす。建物は一見ブティックふう。

# 話題のマシン

## 本格的ポーカー

### セガ社からアップライトTV機で

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、ローゼン社長）からアップライトTVメダルゲーム機「ビデオポーカー」が近々発売される。

これは本格的なドローポーカーにネキストゲームをつけたもので、通常クレジットでゲームを進めペイアウトボタンでメダルを戻すもの。

遊びかたは当初一から九枚のANTE（参加）料を払い、BETボタンで賭ける。ディールボタンで配カード、ホールドしてさらに配カード、親カードを二枚だけ見ることもできこの間さらにANTE枚数内で追加BETができる。この間でも勝負に出ることもできる。勝った場合の計算はANTE枚数×手配（ゼロから千倍）プラスBET枚数×2で、ネキストに進める。ネキストでは一枚のカードが7より上か下かを賭ける（二倍）。

十月発売予定で定価も未定。

ビデオポーカー

## コミカルな新ゲーム

### カスタムCPU使用の、日物製「フリスキートム」

日本物産㈱（本社大阪、鳥井末治社長）から九月下旬、TVゲーム機「フリスキートム」が発売される。これは富士通へ特注した独自のカスタムCPUを使用したTVゲーム機で、この点でも話題を呼んでいる。

遊びかたは画面内の左上のタンクから右下の浴漕部へとパイプが通っており、水をうまく浴漕にためていくもの。パイプは迷路状になっており、五種類のネズミがパイプやタンクにいたずらをしかけてくる。プレイヤー側の主人公は「フリスキートム」と名づけられた人物で、これを八方向レバーの操作で動かしていく（左右へ歩く、上へ登る、下へしゃがむ、地面に手をやる、落ちてくるジョイントを受ける）。

かみつきネズミはジョイントをはずす。これを体当たりで落とすことができる（ミステリー得点）。かっぱらいネズミははずされたジョイントを地面まで運ぶ。いじわるネズミは体当たりでトムを落としにくる。ジョイントがはずされると水が外に出る。修理ごとに得点で、まとめて（四ヵ所まで）修理するとボーナス得点。

バクダンネズミは爆弾をタンクの左まで運ぶ。火付けネズミは、据えつけられた爆弾の導火線に火をつける。火を消すごとに得点。ギリギリの状態になると据えつけ爆弾は解除される。爆発した場合や浴漕に水が溜らない場合はゲーム終了。

タンクの水がなくなると次のパターン（十五種まで）へ進むが、パターンとパターン間で女の子が入った浴漕シーンが出てくる。パターンが進むと露出度が増す。次のパターンでは、前回の浴漕の水の量がタンクの水量となる。一定得点以上になると水の入ったタンクが追加される。

発売はテーブル型のみで14インチが定価五十六万円、20インチが五十九万五千円。アップライト型は未定。

フリスキートム（テーブル）

フリスキートム

## ファンタシリーズに続く日邦の 一人用"ポケット"

### 「消防車」などすでに3機種が発売中

日邦産業㈱（本社大阪、田中謹四郎社長）から、新シリーズのバッテリーカー"ポケットシリーズ"が発売となっている。

これは同社バッテリーカー「ミニポーター」のうちの最新シリーズで、"二人乗りミニポーターシリーズ"、"ファンタシリーズ"に続く一人乗りのもの。同シリーズは室内用として利用できるように開発され、最低限一坪のスペースから営業ができるという世界一小さなバッテリーカーで、すでに発売されているのは「警視庁」、「消防車」、「スクーター」の三種類。

大きさは長さ八十四㌢、幅四十四㌢、高さ六十五㌢、総重量三十五㌔。駆動方式は後輪駆動で、時速は約三㌔。連続走行時間は約五時間。「警視庁」はパトカーのサイレン音、「消防車」は消防車のサイレン音、「スクーター」には「むすんで、ひらいて」の童謡のメロディーがついている。なお交換部品については、従来の同社ミニポーターシリーズのものと共通になっている。

定価二十五万円。

ポケットシリーズのうち「スクーター」

## SPACE FURY

Sega's very first "Colorbeam" space game.

セガ・スペース・フューリ

宇宙人が話しかける！
XYカラーモニターを初めて採り入れたニュー・スペースTVゲーム。新発売

## NEW GRAND DERBY

Realistic horse racing TV game.

セガ・ニュー・グランド・ダービー

あのグランド・ダービーがさらにレベル・アップ!!
新しい魅力を秘めた本格的な競馬TVメダルゲーム。

このゲーム機は，運営基準に沿ったメダルゲーム場にてご使用下さい。特に取得メダルの財物への交換は，賭博行為となりますので，絶対に禁止して下さい。

## VIDEO POKER

It's an exciting game!
Try to beat the dealer!

セガ・ビデオ・ポーカー
実際のドロー・ポーカーのスリルを味わえるメダル・TVゲーム！ハイ・アンド・ローも楽しめます。

## SPLIT SECOND

A malti-level, talking & wide body flipper game.

スプリット・セコンド　スターン社製

## PHARAOH

The treasures of PHARAOH can be yours!

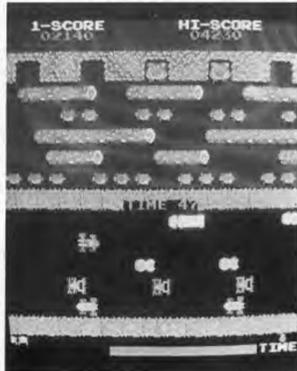
ファラオ　ウィリアムズ社製

## JUNGLE LORD

A multi-level, multi-ball flipper game.

ジャングル・ロード　ウィリアムズ社製

## FROGGER

The adventures of a fearless frog.

フロッガー
ゆかいなカエルの大冒険
コミカルタッチの楽しいTVゲーム

### ご挨拶

時下益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。

さて、弊社がこのたび発売いたしましたフロッガーにつきましては、皆様より絶大なるご好評を賜り厚く御礼申し上げます。弊社といたしましては、供給に万全を期し皆様のご要望にお応えして行く所存でございますので、何卒よろしくお願い申し上げます。

またフロッガーの不正製改造行為の防止対策につきましても、皆様のご理解とご協力を賜り感謝に絶えません。この点につきましては、今後とも皆様のご協力を得たく、同製品のコピー・ボードをご入手された際は、是非弊社までご一報下さいますようお願い申し上げます。なお、コピー・ボードをお届け下さったお客様には、弊社純正ボードとお取替させて戴きます。

弊社は当業界の正常な発展のため、不正製改造品に対しては断固たる姿勢で臨む所存ですので、同製品をお取扱いの際はオリジナル証または製造許諾証をご確認下さるようお願い申し上げます。また不正製改造品を単に売買の対象としてばかりでなく、ロケーションで実際にご使用された場合等についても、同様の措置をとらせて戴きますので、この点十分なご注意を戴きたく重ねてお願い申し上げます。

昭和五十六年九月

東京都大田区羽田一丁目二番十二号
株式会社 セガ・エンタープライゼス
代表取締役 中山 隼雄

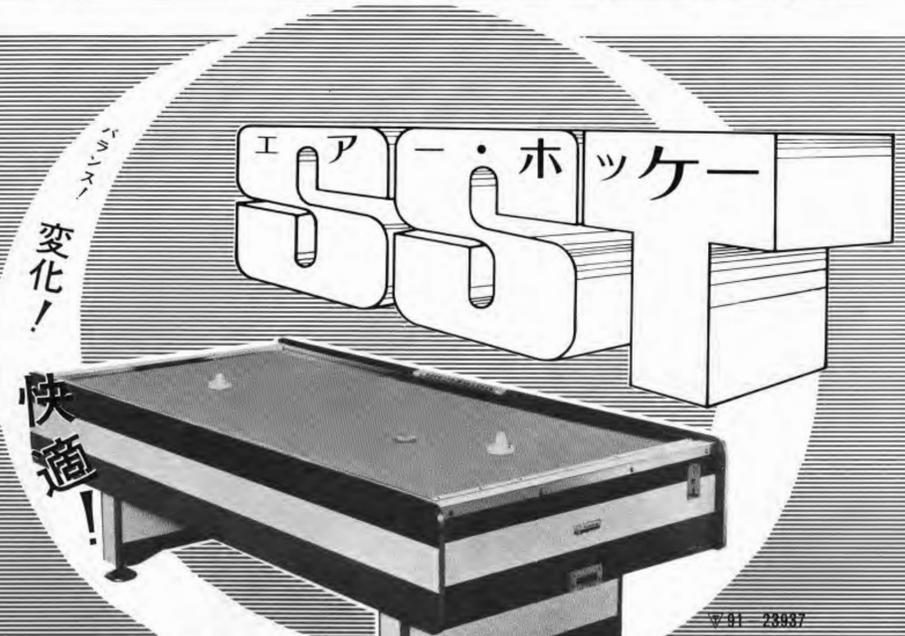
SEGA 株式会社 セガ・エンタープライゼス

| | | |
|---|---|---|
| 本　社 | 東京都大田区羽田１－２－１２ | 電話 03(742)3171(大代表) |
| 関西支店 | 大阪府豊中市豊南町東２－５－３ | 電話 06(334)5331(代　表) |
| 博多支店 | 福岡県福岡市中央区白金2－5－15 | 電話092(522)4715(代　表) |
| 札幌支店 | 札幌市豊平区豊平五条３－80－14 | 電話011(841)0248(代　表) |



## エアー・ホッケー SSST

バランス！変化！快適！

〒91－23837

## THE KARATE

スポーツ感覚のスーパーマシン

ザ・カラテ

一撃！キマッテ爽快

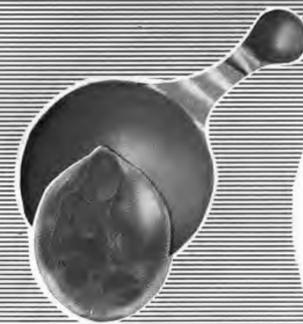
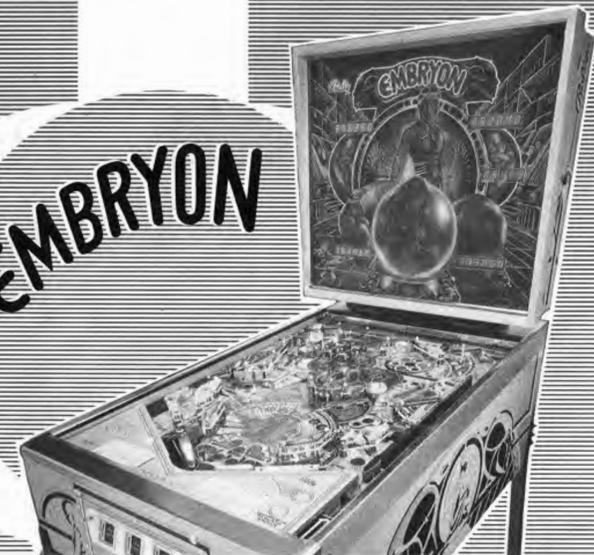
君もタフならやってみろ！

〒91－16582

**特　長**

- 初級と初段があり、ボタンで選択します。
- 盤をたたくと一呼吸おいてガラスの中の手が動き瓦を割ります。
- 瓦が途中までだと下の怪獣が笑い全部割れると泣きます。
- たたき盤は２種類赤（弱）黒（強）があり、子供でも女性でも遊べます。

## EMBRYON

エンブリオン

未来のレジャーを指向する
ESCO TRADING CO.,INC.
株式会社エスコ貿易

| | | |
|---|---|---|
| 本　社 | 〒108 東京都港区三田3-5-16 | TELEX J27181 TEL 03(455)6511(大代表) |
| 技術部 | 〒140 東京都品川区東品川1-32-15コーショービル3F | TEL 03 (472) 6405(代表) |
| 大阪営業所 | 〒556 大阪市浪速区元町2-12-24-106 | TEL 06 (647) 4455(代表) |
| 名古屋営業所 | 〒464 名古屋市千種区今池4-1-11 岩田ビル | TEL 052(732) 2611(代表) |

# 日本から10社出展

## 10月末開催のAMOA、業界紙では本紙が出展

米国のAMOAエキスポ81は十月二十九日から三日間、シカゴ市内のコンラッド・ヒルトンホテルで開かれるが、展示会場は四フロアーと広くなったためウェイティングリストにあった出展申込み社がある程度小間を確保することになり、結局百二十一社が三百七十小間を使用して出展することになった。その内わけは下の一覧表のとおりで日本からの出展が昨年より一段と多くなったのが目立つ。

出展社のうち日本のメーカー、その米国での現地法人、あるいはその資本関係のあるメーカーは次のとおり（アルファベット順）。データイースト社（米国）、豊栄産業㈱、アイレム㈱、ナムコアメリカ社（米国）、ニチブツUSA（同）、任天堂㈱、サン電子㈱、タイトー・アメリカ社（米国）、ユニバーサルUSA社（同）、グレムリン／セガ社（同）。

下の一覧表でトレードプレスとあるのは、AMOAが世界中の主な業界誌紙を「プレス・ラウンジ」に招いたコーナーの出展社で、日本からはアミューズメント通信社が二度目の参加を行なう。同社としては、日本を代表するまともな業界紙としてAMOAエキスポで活動する準備を進めている。なお、プレスラウンジ以外に小間を持つことになった業界誌は、米国の「リプレイ」と「プレイメーター」だけ。

スケジュールは展示会場が二十九日午前十二時から午後六時まで、三十日午前十時から午後六時まで、三十一日午前十時から午後四時まで。展示会場以外の催しは、二十八日の午後三時から各州のAMOA協議会（全米AMOAとは別に各州ごとに独立したAMOAがあり、日本のNAOのような下部組織ではない）会議。二十九日午前九時から十二時までインダストリー・セミナー（このため初日の展示会場は正午オープンとなる）、午前十二時半からは会員の奥方のための昼食会、夜は出展社のためのパーティーが開かれる。

三十日午前八時半から十時までミニ・セミナー開催（展示会場オープン前まで、実に徹底しているといえる）、十一時半からAMOA会員の昼食会を兼ねた総会、夜はまた出展のためのパーティー。三十一日午前八時半からふたつめのミニ・セミナー。展示会場は閉じられ午後六時にはカクテルパーティーを経て、七時からのバンケット（大安会）へと進む（深夜まで）。バンケットは全米各地から来たAMOA会員のためのステージショーを毎年用意しており、今年は有名なパティー・ページのステージショーが楽しめることになっている。

### AMOA EXPO '81 Exhibitors List

A & F Engineers
Abloy Security Locks
Advocate Systems
Alter Enterprises
American Communications Laboratories
American Shuffleboard Co., Inc.
Amstar Electronics Corporation
Amusement Emporium, Inc.
Amusement Supply, Inc.
Ardac, Inc.
Artic International, Inc.
Atari, Inc.
Automatic Production Equipment
Automatic Products Company
Bally Manufacturing Corporation
R. H. Belam Co., Inc.
Bell-Fruit Manufacturing Co., Ltd.
Bend Electronics Company, Inc.
The Bio-Rhythm Company
Bob's Space Racer
Brunswick Corporation, Consumer Division
Business Builders
Carousel International Corporation
Centuri, Inc.
Chicago Lock Company
Cinematronics
Coin Acceptors, Inc.
Coin Mechanisms, Inc.
Concorde Manufacturing Company
Coreco Research Corporation
Cummins-Allison
D & R Industries, Inc.
Data East Inc.
Deutsche Wurlitzer Gm
Douglas Press, Inc.
Dynamo Corporation
Elcon Industries Inc.
Electrohome Limited
Electro-Sport, Inc.
Empire Distributing, Inc.
Exidy, Inc.
Ferncrest Distributors Inc.
Fort Lock Corporation
J. F. Frantz Manufacturing Company
Game-A-Tron Corporation
Game Plan, Inc.
Global Billiard Manufacturing
Goods Manufacturers International
D. Gottlieb & Company
Green Duck Corporation
Gremlin/Sega
Hamilton Scale Corporation
Hoei International Inc.
Imperial Billiard Industries
Insport, Inc.
Integrated Sound Systems, Inc.
Intermark Industries, Inc.
International Game Technology
Irem, Inc. (formerly Remi, Inc.)
Irving Kaye Company, Inc.
John W. Caler
J.P.M. (Automatic Machines) Ltd.
J-S Sales Company, Inc.
Kimco
Kurz-Kasch Electronics
Loewen-America
Merit Industries, Inc.
Meyco Games, Inc.
Micro Magnetic Industries
Midway Manufacturing Company
Milt Cotter, Inc.
Miracle Recreation Equipment Company
Movie Hut
M/V Productions, Inc.
Namco-America, Inc.
National Merchandise Company
Nevada Gaming Schools, Inc.
Nichibutsu U.S.A.
Nintendo Co., Ltd.
Nu-Look Products
O.B.A. Inc.
Olde New York Amusement Factory
Pace Industries
Pacific Novelty Manufacturing, Inc.
Penn-Ray International Corporation
Play Meter Magazine
Poland Manufacturing Corporation
Priority Cigarette Service
Professional Pinball Players Association
R.J. Reynolds Tobacco Company
Rock-Ola Manufacturing Corporation
Roger Williams Mint
Rowe International, Inc.
Scan Coin, Inc.
Seeburg
Skee-Ball, Inc.
Stambouli Brothers
Standard Change-Makers, Inc.
Stern Electronics, Inc.
Summit Systems, Inc.
Sun Electronics Corp.
Suzo Trading Company BV
Taito America Corporation
Third Wave Electronics Company, Inc.
Tommy Lift Gate manufacturing Company
Tong Associates
Tournament Games Inc.
Tru-Check Computer Systems, Inc.
Twelve Signs
United Billiards, Inc.
Universal U.S.A. Inc.
U.S. Billiards, Inc.
The Valley Company
Van Brook of Lexington, Inc.
Vendall Machines Limited
Vending International Corporation
Venture Line Inc.
Wico Corporation
Wildcat Chemical Company
Williams Electronics, Inc.
Willis Industries
The Wiz Kids
World Wide Distributors
Zamerla Inc.

Trade Press

Amusement Press
Amusement Review
Canadian Coin Box Magazine
Cash Box
Coin Slot
Jukebox Collector
Jukebox Trader
Kci Tourist Attractions & Parks Magazine
Marketplace
Play Meter Magazine
Replay Magazine
Star-Tech Journal
Vending Times

## IAPPAのサマー会合は

# ベストシーズンに

### 10月15日からテキサスの遊園地で

遊園地関係業者の国際的な団体、IAAPA（本部米国イリノイ州ノースリバーサイド、会長ロビンソン氏）では十月十五日から三日間、"サマーミーティング"を開催する。十月になってサマー（夏）もあったものではないが、サマーシーズンを終えて会員がさまざまな問題点について論議する会合と言われると、なるほどと感心させられる。

今回の会場は、シックス・フラッグ・オーバー・テキサスという有名な遊園地で、地理的にはテキサス州ダラスとホートワースの中間にある。同遊園地は六〇年代以来、発展を繰り返し今や広大なものとなった。十一月になってしまうと休園シーズンを迎えるため、ちょうどいい、ゆっくりとしたシーズンに"サマー・ミーティング"は開かれることになる（なお近くのステート・フェア・オブ・テキサスも会場となるもよう）。左の絵柄はシックス・フラッグ・オーバー・テキサスを表わすもの。

さてこれが済むとすぐIAAPAショー（十一月十九日から三日間）だ。

## 米国WMS社、TV機コピー訴訟で

# アーチック社に勝つ

米国のウィリアムズ社（本社シカゴ、ミシェル・ストロール社長）ではこのほど、アーチック・インターナショナル社を相手に起こしてきたTVゲーム著作権侵害訴訟で勝ったことを明らかにした。

これは同社TVゲーム機「ディフェンダー」の著作権に関するもので、六月二十四日、ニュージャージー州ニューアーク市にある連邦地方裁判所のハーバート・J・スターン判事が同社の訴えを認め、アーチック社に対する禁止命令を下したもの。禁止命令の内容は、今後アーチック社ならびにその代理店、従業員など同社関係者はすべて、「ディフェンダー」の著作権を侵害する行為をしてはならない、というもの。同時に同地裁は、アーチック社がウィリアムズ社の所有するあらゆる著作物をマネするような行為を一切禁止するよう命じている。

しかしながらスターン判事は、ウィリアムズ社が求めていたアーチック社の賠償責任などの請求について、その判断を保留した。これらは別の裁判となるもようである。

なおアーチック・インターナショナル社（本社ニュージャージー州ブリッジウォーター）は、台湾に本拠を置く国際的コピー改造業者とされている。

特別寄稿

# ゲームコンセプトの評価

—TVゲーム機の新時代を迎えるために—

東野　光春（ゲーム評論家 オペレーター）

## 画面の美しい日本のTV機

セガ社「スペース・オデッセー」を見た時、その画面の美しさ、鮮やかさに私は一瞬、身が引きしまるのをおぼえた。私は過去にも、日本物産「ムーン・クレスタ」、「クレイジー・クライマー」などを見た時、同じように画面のその美しさに感動したことを覚えている。しかし、「スペース・オデッセー」の美しさは過去のそれをはるかに超えたものであった。

最近のビデオゲームは、昨年来よりますます画面の美しさを狙い、競う傾向にある。特にその傾向は我国に強い。「ムーン・クレスタ」にはじまり、「スペース・ファイアバード」、「クレイジー・クライマー」、「フェニックス」、「サタン・オブ・サターン」、「スクランブル」、「プレアデス」など、画面の美しさ、鮮やかさ、派手さを狙うゲームを挙げることは易しい。

一方、海外ではどうであろう。本家米国アタリ社は、「アステロイド」に続き「ミサイルコマンド」、「バトルゾーン」、「レッドバロン」などなどが発売されたが、「ミサイルコマンド」以外は、XYモニターの使用という特徴もあり、白黒の画面は、我国のそれのような美しさは望むべくもない。エキシディ社も「ターグ」、「スペクター」とオリジナルビデオを発表したが、その色の美しさという点では到底及ばない。シネマトロニクス社も、同社のオリジナル方式のXYモニター使用により「スターキャッスル」の人気は高かったけれど、画面の表現方法では我国に及ばない。さらに言及するなら、スターン社の「バザーク」も、ウイリアムズ社の「ディフェンダー」も、海外市場での人気の高さとは別に画面の美しさという点では他のメーカーのそれと同様である。

このような事実をいくつかひろいあげてくると、画面の美しさと、ゲームとしてすぐれているか否か、という点では、必ずしも対応しないのではないか、という疑問が私にはある。即ち、画面が美しいゲームがゲームとして良いゲームである、あるいは、画面がそれほど美しくないゲームは悪いゲームである、という断定はできないのではないかということである。

## TV機はどう評価されるか

ビデオゲームを考える時、その評価の要素として通常挙げられるものには、次の三点がある。

1 ゲームのコンセプト
2 画面上への映像の表現方法
3 サウンド（音楽、及びスピーチを含む）

一般的に良いゲームとはこれら三つの要素にすぐれたものが該当するといわれる。また、別な側面から見るならば、

1 売上げは良いか、否か
2 どのレベルの売上げがどれぐらいの期間、維持されるか
3 ゲーム時間とプレイヤーのゲーム習熟度合の対応はどのようなカーブを得るか
4 同一プレイヤーが繰り返しプレイするか、あるいは多数のプレイヤーがプレイするか（プレイヤー層を限定するか）

即ち、良いビデオゲームは以上の論点からみるならば、客層を広く、しかも繰り返しプレイし、ゲーム時間は、プレイヤーが習熟しても長時間化しないし、また興味を失なわないゲームということになる。商品寿命が長く、オペレーターが長時間使用し、高収益を得ることができる機械である。即ち、さきに挙げた要素は、ゲームの内容そのものに対する言及であり、後者はオペレーションを行った結果得られる評価であり、おのずとその評価の性質、および、意味が異なるのである。いかなるビデオゲームデベロッパーも、後者の評価で良い成果を得たいと望むが、それは開発途上、ないしは新製品の段階では不可知である。つまり後者で好評価を得るためのメドとして、前者を注意深く考慮し、試行錯誤をなすものである。

## 「ゲームコンセプト」の意味

私は、画面上の映像の美しさが即ち、ビデオゲームとしてすぐれていることとは、必ずしも対応しないのではないか、という提起を前にした。その端的な例をいくつか挙げると、「アステロイド」、「バトルゾーン」、「スター・キャッスル」、「アーマー・アタック」などのX・Yモニターのビデオゲームが米国を中心に根強く人気が高い事実を見れば容易に理解できよう。一方でこれらのゲームは古い過去のゲームだとする意見も強い。美しい映像画面と、心はずむ音声プラス・スピーチが、現代の、否、次代のビデオには不可欠だというのである。

美しい画像と、心はずむ音声は、プレーする人にそれは楽しい雰囲気を与えてくれるわけで、私は、そのことに異を唱えるつもりは毛頭ない。これからのビデオの方向は、ますます美しい映像と楽しい音声が必要となるであろうことに間違いはない。しかし、私は依然として、画像の美しさが良いゲームの第一条件ではないと主張したい。

私は、画像の美しさよりも、音声の楽しさよりも、まず何よりも良いゲームを規定する要素は、そのゲームコンセプトであることを主張したい。いかに画面が美しく、音声が楽しくても、ゲームコンセプトが劣っているものの評価は低い。美しい画面のビデオはそれは一時的には高収益を得ることも可能であろう。しかし、開発の現場が、その開発の主眼を、美しい映像画面の表現に終始したならば一体どうなるであろうか。単にペダンティックなものが良いゲームだ



特別寄稿

という錯覚に陥ったらビデオゲームの将来はどうなるであろうか。

私は「ムーン・クレスタ」から「スペース・オデッセー」に至る我国の美しい映像を持つビデオゲームが、ゲームとしてすぐれていないなどというつもりでは決してない。これらのビデオを数多く使用させていただいたし、また、それにより適切な収益を得させていただき大変に喜んでいる次第である。しかしながら、最近の風評は、ギンギラギンに美しい映像、それに加えて目にも止らぬスピードのあるビデオがすぐれたものであると見なされ勝ちである。どこか私にはピタッとこない方向である。世の中の流れがそういうものであり、私が古いと言われるかも知れない。あるいは、この現象は過渡的なものだという意見もあるかも知れない。しかし、日々、ビデオゲームの商品寿命が短かくなりつつある現在、単にビデオの傾向、単に過渡的現象だけではすまされない危機感を私は抱く。

## おいしそうなアメの中身は

最近のコンピューター技術の進歩は著しく、また開発システムの普及もさかんで、今までは困難とされていた点が次々に可能になってきた。CPUやROMも大幅に値下りしコストの低減化に各デベロッパーは成功している。しかし、ここで考えなければならない点は、開発されるビデオゲームが、一見とても美味しそうに見える飴のように、一見良さそうに見える。上べだけ良く、中身の貧弱な、奥の浅いもので構わないという風潮が強くなってきたら、それは実に危険だと私は考える。もちろん、デベロッパーは、上べだけでなく、中身も良く、奥の深いものを開発しようと努力している現実に誰も疑念は抱かない。しかし、結果として世に出るビデオゲームがそうした上べが中身より重視されたものが一般的に業界に受け入れられている傾向が強いこともまた事実ではなかろうか。というのは、上べが良いものは、とりあえずアトラクティヴであり、プレイヤーがその本当の味の良し悪しを知るまでの間は、ゲーム機に容易にお金を入れるため、当初期間の売上げは良いという結果が得られ、少なくともそうして新しく開発されたビデオゲームは、商売の面では売れるわけで、また、それを購入したオペレーターも一定の期間収益を得られる事になる。その結果、デベロッパーに要求される事は、とりあえずアトラクティヴなもの、言い換えれば、中身の本当の評価はさておき、上べの良いものを開発することが、商売を続けていくうえで大切であることになりがちである。

オペレーターが、その新しいビデオに対し、中身が本当に良いものか否かを評価するのは、オペレーションを開始したとき、四週間以上を経た後、売上げがどの程度のカーブを得たかによるからである（少なくとも我国では、アトラクティヴなビデオゲームは、二〜四週間程度は、高水準の売上げを維持することができると言われている）。

## 設置当初の売上げが基準？

オペレーター側にも大きな問題がある。新しいビデオゲームが市場に出現された際、オペレーターはもちろんそのゲームに対し独自の評価を下すわけだが（つまり、中味が良いと思うか、単に上べだけのゲームであるかの区別）そのオペレーターの評価はもちろん、客観的に、絶対的なものではあり得ない。ある場合は、その評価が正しい結果となることもあるし、また、誤まりである場合もある。それは単に個別的な情緒的な予測にすぎない。最終的な判断はオペレーションによる売上げ高の是非に頼らざるを得ない。しかしながら、先述の通り二〜三週間の売上げが良くても、その後どうなるかの予測は依然として不明のままである。六週間待って最終的判断を下すとすれば、その間にその商品のポテンシャリティは過去のものとなり失われてしまうこともある。開発、製造者は、二〜三週間の商売上のデータを元にして一気に市場へ売りこみを掛ける。（それは供給者側としては当然な行動で、より多く売るためには正しい方策であろう）従ってオペレーターは四・五週間のオペレーションの結果を待つことなく、他のオペレーターとの競争に負けないため、或いは、毎月入手するオペレーション収益を維持するために、その新ビデオゲームを買わざるを得ないことになる。五週間経過後に売上げが急速に低下するかも知れないけれど、とにかく今、売上げが良いならば、追従して買うのである。それはオペレーターに現在必然的に課せられた、あるいは無意識に強要られている賭けなのである。

この事実関係は、ビデオゲームの供給者（開発、製造、販売の各業者）の経営を維持する基盤は、根本的には、オペレーターが自分のリスクで賭けをし続けていることに担われていることを意味する。他の一般産業界や消費材のように明らかに需要が明確な場合は、その需要が要求している機能、品質仕様、価格、納期といった商品要素が、需要のそれに適合し、あるいは他の供給者のそれに勝っていることとで商品としてのインパクトが決定される。こうした場合、ユーザーが彼らのリスクで賭けを張るようなことはあり得ない。リスクは常に供給者側が負担しているのである。物を買って良かったか否かが三〜五週間後に分るということはおよそないと言わざるを得ない。

## 買っても儲らず、カネもない

こうした不思議な現象は、この業界の持つ二重構造性に依るものに外ならない。即ち、オペレーターが、一方でゲーム機械という商品のユーザーであると同時に、他方では一般大衆に対して「ゲームをプレイする楽しみ」という無形の感覚商品の供給者でもあることにそれはよる。つまり、ゲーム機の良し悪しを決めるのは、ゲーム機械を購入し、使用するオペレーターによって判断されるのではなく、決して機械そのものを買うことのない大衆の判断に負うのである。私はこの図式を想い描くたびに、なんという不思議な物の流れ方、お金の流れ方かと驚く。そしてそれと同時に、この業界の持つ宿命的な危険性と困難さに気づく。ある時は、だからこそ、業界内で成功するために努力することの喜び、その挑戦の魅力を強く感じることもある。その根源に言及するなら、大衆が支持し、受け入れるか否かという本質は、ある程度の予測と傾向についての範囲しか明らかではなく、結果のみが証明し得るという論理的帰結に到達するからである。

そういう困難な状況に本質的におかれている中で、オペレーターは、あるいは開発、製造者はいったいどのような立場をとることができるのであろうか。

オペレーターは、とにかく良さそうに感じたら、そう思ったら、将来失敗したと後悔することを覚悟して機械を買う。供給者の話を聞いたり、仲間の意見を聞いたり、他の機械と比較してみたり、なるべく失敗しないような方法を各自考えて買ってゆく。大量に買うのを差し控え、除々に買い足してゆく方法もあるし、コンバーションの基板が発売されるまで、「買う」のを我慢する方法もある。そして最終的に、インカムの情報（良いか悪いか）のみが、最も危険を回避する道を示すという結論に彼等オペレーターは到達する。今、ほとんどのオペレーターの諸兄においてはこの考えが主流である。実際、オペレーション売上げは、都会の街中のゲームセンターの一部ロケーションを除いては低調である（一日単位、あるいは一カ月あたり一台機械の売上げ水準）。もちろんその低調な売上げ水準には、供給過剰による低下もあろうし、また、本来需要がない地域や場所にゲーム機が設置されているという理由もある。しかし、オペレーターの大半の実感は、「売上げ水準が低く、機械を買っても投下資金が回収できないおそれがある」というものである。

その結果、オペレーターが危険を回避する方向を重視する傾向は、彼らをして、保守的、消極的たらしめる。極論すれば、買ってても儲からない、買う金がないということを意味する。結果は機械が売れない。オペレーターのこうした傾向は我国だけでなく、英国をはじめとするヨーロッパ、オーストラリアなどで著しい。

## メーカーは とかく売りたい

当然なことながら、機械が売れなくなるとメーカーとしては大いに困るわけである。そうであるならば、他社より良いゲームを開発して一台でも多く売るよう努力するのは当然至極である。自然発生的にメーカー同士の開発競争がはじまる。なにしろ売れる数は少なくなり　しかも限られている。一定利益を目指すなら、他者が売る数も自分で売りたいと言えば言い過ぎだろうか。製造メーカーが増加し、そして各社の製造能力が向上した今日、メーカー間の激しい競争はまことに自然な成り行きである。その競争は当然なことに他社

特別寄稿

のそれより、より良いゲームを開発することにあるが、しかし、より良いか否かの判定は先述の通り、その製品が市場に出た後（オペレーションによる）二〜六週間後に結論が出る。このオペレーターが、良い機械か否かの最終結論を出す時期と、メーカーがより一台でも多く売るという観点からの売れるという評価は必ずしも一致しない。否、メーカー側から見れば、極論すると、メーカーにとっての成功は、オペレーション成績が二カ月後、半年後、一年後いかなるカーブをたどり、オペレーターにどれほどの収益をもたらせたかということはいわば二の次で、売り出した日から何台の機械が売れたかということこそが評価の対象となる（例えば、売った機械が、オペレーターのロケーションで一カ月後に売上げが激減したとしても、メーカーは、とりあえずの責任は負いようがないのである。もちろん、こういうケースは、長期的には、そのメーカーもオペレーター同様、自社製品がロケーションでどのような売上げカーブをたどるかは、予測することはできないから、一口にメーカーが非難されることでもない。

## マイコン技術の技術的処理

オペレーターは、機械を買う時の判断の主材料に、売上げ成績を参考にする。ただし二カ月後、四週間後の売上げは各自予測はするが、購入時ではだれも正確に将来の売上げカーブを推測し得ない。あくまでも現実に目の前に得られている売上げ高に依存する。であるなら、メーカーが新規に開発し発売するゲームは、二〜三カ月先の売上げがたとえどうなろうと、一〜二週間の売上げは、必ず良くなくてはオペレーターは買ってくれないということになろう。特に他の機械と比較して売上げの悪い機械はまず望み薄である。

お分りのことと思うが、メーカーの立場に立てば、機械を多く売らんがためには、まず当初の売上げがめざましいものを開発しなくてはならない。前述したようにビデオゲームの場合、コンセプト、画面の美しさ（アトラクティビディ）、音声（サウンド）の楽しさ、華やかさ、などが良いゲームの要件の中心的なものである。当初の高売上げを得るための手法としては、よりアトラクティヴであり、派手であり、変わって見えるなどのことでかなり効果は得られる。多少、意地悪な見方をすれば、コンピューター技術の著しい進歩、部品コストの低下に伴ない、画面上に美しく、派手な、人目を引き易い画像を表現することはそう難しいことではなくなった。さらにサウンドジェネレーターとCPUの組み合わせの手法が発展して、自由自在に思うがままの音が出せるようになり、加えて、スピーチ（トーキング）機能にまで発展した。つまり、画面の派手さと、音の派手さの双方だけでも十二分にアトラクティヴなビデオになる（つまり当初売上げが高い）。しかし誤解しないでいただきたいが、私は、画像がきれいなものとか、音声がすぐれているものは、逆説的に良くないゲームだと非難しているわけではない。画像にしろ、音声にしろ、もちろん、今後ますます美しく、派手になるのも自然のなりゆきだからである。

しかし、繰り返し述べるなら、デベロッパー、メーカーが新製品を開発し、発売し、成功を得るためには、一般的には、当初一〜二週間の間、高売上げを示さなくてはならないということは、まさに事実である。六カ月後も売上げがたいして低下しないということは、発売当初、メーカーにとっては分りもしないし、またたとえ、そうであっても発売当時には、販売活動にはなんら役立たない。

## ゲーム性かマイコン技術か

今、我国のビデオの新製品を見る限り、残念ながら、その主流はとりあえず成功するための当初売上げがよいという路線を狙っていると見るのが正しいようである。

というのは、タイトー「スペースインベーダー」に始まり、ナムコ「ギャラクシアン」「パックマン」と続いてきた我国のビデオの流れは、それ以降、ゲームコンセプトという観点から見るならば、日本物産「クレイジー・クライマー」をはじめとするごく少数のもの以外、新しいものは見られない。その反面、画像処理上の技術革新、音声の表現といった技術的な進歩や変化は著しい。

こうした現象に対して、その動機というか、原動力は、先にも指摘したように、デベロッパー、メーカーは、とにかく発売時、高売上げを得なければ商品は売れないから、とりあえず一般受け（ウケ）がするように画面、音声に開発の重点をおいたという理由を推測する他に、やはり一つの越え難い大きな難関があったのではないか。即ち、我国の現在の開発、製造のフロントがゲーム畑の出身ではなく、コンピューター畑の出身に支えられているということではないだろうか。つまり、開発会社において、永いゲームの経験と知識に支えられた指導者が開発ゲームをコントロールしているのではなく、「ビデオゲームはコンピューター分野であるから」コンピューターエンジニアに開発の主導権（リーダーシップ）があるのではなかろうか。もちろん、その場合のメリットもあるし、それゆえに独自の発想や考え方も出てくるであろう。しかし、私は、ゲームについて言うならば、たとえ、コンピューターを使おうと、ボールを使おうと、所詮ゲームは、ゲームの理解者がコントロールして、開発されるのが最も正しい方向であろうと考える。コンピューターエンジニアが面白いと感ずるところと、一般大衆の感受性はおのずと相違するところがあろう。とするなら、もちろん、開発の担当者はコンピューターエンジニアが実作業を受け持つわけだが、その方向性、あるいはゲームとしての良否についてはあくまでも、ゲームそのものに対する付き合いが長く、ゲームをよく知っている人が指導すべきである。

我国では、「ジャンピューター」や「ハスラー」がめざましいヒットとなった。確かにこの種のゲームは、実際のゲームを、ビデオゲームとして成功させるために、なみなみならない苦心と努力があったであろうと思う。しかし、こうしたゲームはやはり、特殊なケースであり、新しいコンセプトをビデオゲームに持ちこみ、開発したこととはいささか異なる。それはそれでよいが、私は、さらに新しいコンセプトがビデオゲームに確立されることを首を長くして待つ一人である。

## 無限の可能性をもつTVゲーム

本稿を終るにあたり、私は繰返し主張したい。ビデオゲームという分野は業界に多大な貢献を果たしたし、そして将来の可能性も無限の感がある。しかし、忘れてはならないことは、テレビを使う表現も、コンピューターを使うという技術的側面も、それらはいずれも、単にゲームを表現する一つの手段であり、方法にすぎないということである。そしてそれは我々の業界が長い年月の実績に基づいて手に入れてきた貴重な方法論である。そして、より優れたゲームの創造、表現にこそこの方法論は役立てられるべきである。そして、コンピューター技術やテレビは我々業界の創造、開発によるものではない。と同時にゲームは、コンピューター業界のそれではない。従ってビデオゲームに関するなら、その両者は協力し合う必要がある。と同時に、我々は、まさにゲームの業界に身をおくものである。

だとするならば、我々がいかにコンピューター技術を使いこなすか、という観点からものごとは始められるべきではなかろうか。

新着洋書にみるＡＭ機、Ｇマシンの由来

# ジュークとスロットの原点を見る

## 黄金の日々――

### 写真集「ジュークボックス」

「ジュークボックス―ザ・ゴールデン・エイジ（その黄金時代）」は今年の夏、米国サンフランシスコ近郊にあるランカスター・ミラー出版から発行された写真集である。

これは音楽を楽しむための機械という観点よりも、むしろ娯楽の原点といった普遍的な見地から、黄金時代（一九三七年―四八年とされる）にあったジュークボックスを再発見しようという試み、と著者（ビンセント・リンチ氏とビル・ヘンキン氏）は語っている。第二次世界大戦を間に挟んだ三七年から四八年は、確かにデザイン的にみて驚かされるものを持ち、実際に最も多くジュークボックスが製造、販売、設置された時期でもあった。こうした黄金時代の"古き良き"ジュークボックスの数々を、リコンディションされた形で新品同様の、しかも美しいカラー写真に仕上げ本にしたわけである（写真はカズヒロ・ツルタ氏が撮影）。

本紙では「ジュークボックス・サタディナイト」を七八年四月から七九年五月の約一年間にわたって連載し、ジュークボックスの由来と発展過程をダイジェストふうに説明したことがあるが、この本（「ジュークボックス―ザ・ゴールデン・エイジ」）もまた、ジュークボックスの歴史などについて十一ページにわたる解説をしている。この解説は、本紙のかつての連載内容とそう変らず、まず一八七七年のエジソンによるフォノグラフの発明から説き起こしている。

しかしこの本からは次の点でいくぶん新しい観点を打ち出したと言える。

その第一点。エジソンのフォノグラフに最初に硬貨作動装置をつけたのは、一八八九年十一月二十三日、サンフランシスコのパレス・ロイヤル・サルーンに置かれたもので、その人の名はルイス・グラスとされている。解説によると、それはニッケル硬貨を入れるとおよそ二分間ほど楽しめるもので、機械からは四本のチューブ（つまり四人用だ）が出ており、このチューブを耳に当てて聴くようになっていた。この最初の例の三ヵ月後、ニューヨークのオートマチック・フォノグラフ・エキジビション社が本格的に硬貨作動式フォノグラフの製造を始めた。

第二点。それまでロウ管を使ってきたが、初めてレコード（10インチディスク）を使い、しかも一曲以上の中から選曲するシステムの硬貨作動式フォノグラフが誕生したのは一九〇六年、ジョン・ゲーベルの「オートマチック・エンタテイナー」による。この発明自体はその後のジュークボックスの基礎ともなる重要なものであった（少なくともこれ以後二十年間は大きな影響を与えた、としている）。

第三点。電気による増幅と選曲を初めて採用したのはAMI社（オートマチック・ミュージックインスツルメント）であり、それは一九二七年のことだった、とこの本は著している。二六年にはブランズウィック社による画期的な家庭用電動フォノグラフ「パトロープ」が発売されているので、これも明らかに事実とされよう。AMI社に続きシーバーグ社がいよいよ本格的ジュークボックス製作に着手したころの話である。

第四点。「ジューク」の語源については、この本は「本当のことはだれも知らない」との立場をとりつつ、「リプレイ」発行者のエド・アドラム氏が「ジュート」から派生した語ではないか、という意見を述べていると紹介している。「ジュート」は黄麻のこと、帆布やナンキン袋などの材料として知られている。アドラム氏は、南部のジュート畑で働いていた人たちが二〇年代にヒットし始めた自動音楽装置を置いていたドヤによく泊ったことから来ているのだろう、としている（この考えは本紙連載とそう違っていないとは言え、新しい説と言える）。

その他いくつかの点で解説書として読んでいってもけっこう面白い。ワーリッツアー社ジュークボックスに多大の貢献をしたケープハート氏の業績、スウェーデンからやってきたジャスタス・シーバーグ氏（シーバーグ社の創始者）の話、ゲーム機（ピンボール）からジュークボックスへと移ったデービッド・ロックオーラ氏（ロックオーラ社の創始者）の話など、興味はつきない。

なおこの本で、本体のカラー写真が掲載されているのは三十二機種。そのメーカー別の内わけはワーリッツアー社十四点、AMI社四点、ミルズ社二点、ロックオーラ社六点、シーバーグ社四点。

JUKEBOX　The Golden Age

ジュークボックス――ザ・ゴールデン・エイジ

## 86年に及ぶ歴史

### 総目録「スロットマシン」

「スロットマシン――オンパレード」は今年はじめごろ米国ロサンゼルス近郊にあるミードカンパニー（ダニエル・R・ミード社長）から出版された、スロット全般にわたる総目録（カラー写真は、総二百二十四ページのうち約半分の百十五ページもある）。

出版社のミードカンパニーは、アンチックのAM機、ジュークボックス、ギャンブルマシンなどに関する月刊雑誌「ルーズチェンジ」の発行所として知られている。もっと言えば、ダニエル・ミード氏は同誌発行人であるとともに、同誌の中心的なライター（筆者）でもある。しかも「ルーズ・チェンジ」は最近の米国でのアンチックブームを背景に発展してきたところから、AM機やギャンブルマシンなどについてもかなり詳しく、そうした実績に基づいてこの本を発行したわけである。

内容は前世紀末のフロアーマシン（ルーレットマシン）から最近のTVスロットまで、代表的な機種を掲げながら解説したもので、全部で七章に分かれている。その内わけは次のとおり。

第一章　一八九一―一九一〇年のフロアーマシン（ルーレットを中心にダービーゲームなど）

第二章　一八九五―一九二一年の初期のスロットマシン（フェイの「リバティベル」など）

第三章　一九一六―四七年のスロットマシン大発展期（ミルズ、カイユジェニングスなどからバリースロットへ、本書の中心部分）

第四章　ミルズの一九三〇年代スロットを修復する方法（具体例）

第五章　一九四五―五一年の戦後のスロットの歩み（ミルズ、ジェニングス）

第六章　一九五〇―五七年のジョンソン法以後のスロット（ミルズ「ベルオーマチック」など）

第七章　電動スロット時代（バリー「マニーハニー」など）

詳しく触れだすときりがないので、できるだけ省略するが、日本のセガ社についても記述があって、ミルズ社からメカニズムを導入してスロットを製作したと書かれている（P186）。かつてのセガ・スロットもここでとりあげられているわけだ。

スロットマシン自体は新旧を問わず、どこの国でもギャンブルマシンであるわけだが、最近米国ではある程度（たとえば四十年前）古いと、それはギャンブルに使えないようにしたうえで"アンチック"品とみなし、所持の自由が認められる州が多くなってきた。こうしたことから、最近では一九四一年以前のスロットマシンなどは、他の品物と同様、年々値上がりが続いているとしている。

スロットマシン――オンパレード

英文版業界ニュース

## Overseas Readers Column

# 2nd Enlarged Int'l Conf. to Eliminate Video Copying

*— To be held just before the AM Show —*

At a meeting of the board of directors held on September 8, the Japan Amusement Machinery Manufacturers' Association (JAMMA) decided to hold the 2nd Enlarged International Conference for Eliminating Copying of Video Games on October 5, at the Hotel Okura, Tokyo.

According to an announcement made by JAMMA; (1) the significance of the 1st International Conference held on March 9 has been widely recognized overseas; (2) Thereafter, in foreign countries — in the U.S. in particular — many administrative orders and court decisions aimed at eliminating the copying of video games, have been issued; and (3) Many video game manufacturers, who could not participate in the 1st conference, have requested JAMMA to hold another enlarged conf. In view of these circumstances, JAMMA decided to hold the 2nd conf. on Oct. 5, or the day before the Oct. 6th AM Show in Tokyo.

Reflecting these circumstances, about 15 Japanese, 15 American and 15 European manufacturers, will participate in the coming conf. — the number of participants will be more than 5 times as large as that (8) in the previous conf. At the coming conf. actual examples of court decisions, etc. concerning the protection of video game copyrights in the U.S. will be reported. It is hoped that the 2nd conf. will end in success.

At the 1st int'l conf. held on Mar. 9, Namco took the initiative, and requested the 3 other Japanese manufacturers, 3 American and one European manufacturers to participate. Although a few leading Japanese video game manufacturers participated, they were just that — a few. Moreover, although it was held in Tokyo, no other Japanese manufacturers had been informed of, nor had they been invited to, the conf. In this sense, it may be said that the 1st conf. was a limited one held under the leadership of Namco. In holding the 2nd conf. these unfavorable aspects have been reviewed, and the up-coming conference will be changed from a company-based meeting to a trade- and association-based one, with the number of participants increasing sizably. These changes have been highly appreciated by all concerned.

### Efforts toward improving JAMMA

The "joint statement" and "mutual agreements" made at the 1st int'l conf. were thereafter incorporated into JAMMA, as authorized by the board of directors. At present, however, disputes over copying remain unsettled, including one between JAMMA members. In fact, while Sega Enterprises Ltd., a JAMMA member, is the original manufacturer of video "Frogger", another JAMMA member is selling the PCB after copying Sega's, and naturally there is a dispute continuing between the two — a typically conspicuous event today. In the meantime, JAMMA's board of directors recently established the "Special Committee on Copyright Problems", and the new committee began working from July. The special committee aims to: (1) work out effective measures in some form or other to eliminate video game copying; and (2) precipitate establishment of video game copyrights in Japan.

The special committee in its first 'decision' had stated that, when changing the contents of any original game by attaching an auxiliary PCB to it, the said auxiliary PCB manufacturer must obtain the consent of the original video game manufacturer. This 'decision' was passed at the committee meeting held on July 28. Prior to it, it had been disclosed that there was a PCB manufacturer who changed the contents of the video game "Packman" developed by Namco by adding a different PCB to it, and sold the modified game under the name of "Hungryman". It was also known that the company which sold the PCB for "Hungryman" was a JAMMA member. Thus, after a series of hot discussions, it was decided to appeal to the general public — as a result — the reasonable agreement.

## Nihon Bussan Releases New Video Game "Frisky Tom" featuring the Trade's First Custom C.P.U.

Nihon Bussan Co., Ltd. (Nichibutsu), Osaka, has added "Frisky Tom" to its innovative video game line.

Available in 2 table and 2 upright models "Frisky Tom" features the trade's first custom C.P.U. The new video game presents a humorous, action-packed challenge to players.

With the hero, Tom the plumber, struggling to keep his bathtub (which just happens to be occupied by a beautiful lady) filled with water while five pesky little mice do everything they can to stop him.

"Frisky Tom"

## Nintendo Grants a Mfg. Licence on "Donky Kong" to 3 Japanese Firms

Nintendo Leisure System Co., Ltd., Tokyo, has announced that it has granted a manufacturing licence on its video game "Donkey Kong" to 3 Japanese firms, in the form of PCB sales. The licencees are Sega Enterprises Ltd., Tokyo, Taito Corp., Tokyo, and Teikan International Corp., Tokyo.

Nintendo also reports that it is adding several other firms to its list of "Donkey Kong" licencees.



## Sigma and Venture Line Sign Video Game Mfg. & Distribution Licencing Pact

Mr. T. Hagiwara, excutive vice president of Sigma Enterprises, Inc., Tokyo, recently made the following announcement.

Regarding distribution of their latest video game "Spiders" in the U.S. market, Sigma has agreed with Venture Line Inc. (Arizona, Mr. Joe York/President) that Venture Line will have the exclusive production and distribution licence rights in the USA (excluding 6 states of New England/ Maine, Connecticut, New Hampshire, Rhode Island, Vermont, Massachusetts) and Canada. (Also Jatre USA in California, under Mr. Takeuchi, is co-operating with Venture Line and selling "Spiders" through its sales network).

"Spiders"

Sigma has already completed the registration of the copyright for "Spiders" for USA. Consequently, manufacturers, distributors, importers and operators of copyrighted "Spiders" (except products of the above-mentioned licencee) shall be sued for infringement of the copyright.

However, "Spiders" obtained from other supply sources before 10th September shall be free from legal suit provided evidence is presented.

From now on, all "Spiders" in the U.S. market shall have a licence seal issued by Sigma and the above-mentioned licencee certifying it to be licenced product.

Editor: *Masumi Akagi*
Publisher: **Amusement Press, Inc.**
9-16, Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan

# 連載小説〈4〉

PO・PE・PO PI!!

和佐 健吉

## 探偵について(D)

探偵がこの間、森口雄介に逢ったのは二十六、七年ぶりであった。

ターミナルの大型書店、一説によれば日本一の売り上げをあげているといわれる本屋で偶然に出会ったのである。

その時、店内はいつものように非常に混んでいた、探偵島本淳介はその雑倒にもまれ、目的の本を探しながら探偵を職業とするものがたかだか本を一冊本屋の棚から見つけ出すのにこれだけ時間がかかるようではと苦笑気味であったが、靴裏に厭な感触を覚える。チュウインガムを踏んでしまっていた。

この人混みでは奈何ともし仕がたいと靴裏の嫌な感触にじっと耐えながら早くめあての本を買って店を出ようとおもうのだが、人人に遮られなかなか目的の売場まで行くことが出来ず内心の苛立ちはかなりのものになってくる。

そういう時に本棚の前でガムを噛みながら雑な手つきで本の頁をめくっている森口雄介に気がついた。

最初から雄介とはっきり分った訳ではない、まず相当老けた感じが強すぎたことと、アメリカンアーミーのジャンパーを着ているのを見て探偵島本淳介は人違いだったのだとおもった。あのブルー系統の色に幼少の頃から執着していた雄介が草色のものを着ている筈はないのだ。

一度その男の後を通り過ぎようとして、やはり森口雄介だと分った。今度は、決りと分った。耳を見ておもい出したのである。外耳が上から覆いかぶさるような状態になっていた。外耳の上部がやや大きく、よく霜焼けにかかる耳であった。

巨人の江川がよく甲子園球場で野次られている、「耳から生れた江川クン」あれは耳が江川クンの足を引っ張っているようだが、大きめの耳が役に立つ場合もある。

「森口」

と呼びかける。

「おう」

森口はよく怪訝な顔つきをしたりして格好をつけがちの人であったのだが、この時にはすぐ島木淳介と分ったらしい。即座に返事をしてきた。

「お茶でも飲もうか」

「うん」

「今日は土曜日で会社が休みだから、日曜日に読む本でも買おうとおもって出て来たんだ」

「いつからこっちへ来たんだ」

「もう七年になるのかな」

「そうか 東京にいるもんだとばっかりおもってたよ」

淳介は一応本を買うことは一寸先にのばし、靴裏のチュウインガムもそのままにして近くの喫茶店へ雄介と行くことにした。

本屋を出て、酷い人混みから解放されほっとする。と、雄介は首をすくめて口の中のガムをぺっと吐き出した。

何となく影が薄いような感じがした。雄介がM製菓に就職した頃にはM製菓は製菓会社としてはその業界でずばぬけた業績を誇っていた、M製菓などは可成水をあけられていたし、今トップの売り上げをあげているG製菓は商品としては一粒百米のGだけで弱小企業のひとつに過ぎなかった。

M製菓が今のように落ち目な企業になったのには大きなきっかけがあった、M製菓のミルクの中に毒がまじっていたのである。

砒素入りミルク以降徐々に業績がおちこみ、以前は後楽園球場からプロ野球の実況放送がある毎にセンターの塀にあるM製菓の広告が目立ったり、西銀座のビルの屋上の地球状の広告が目立ったりしていたが、心なしかそれらもそう目立たなくなってしまったようだ。

M製菓についてはまだ心傷むことがあった。

淳介も雄介も高校までを山陰の山紫水明の地で過した。

この地方小都市、もっとも地理の教科書では山陰一の都会ということにはなっているのだが。その地にM製菓の直営店があり店の二階は喫茶食堂になっていた。

場所がよく大きな湖を望む河口の橋畔にある。詩人立原道造が死を目前にした最後の大旅行の途次この喫茶店の卓子で認めた葉書がその全集におさまっていることを淳介は知っている。しかし多分雄介も雄介の親父も、その地の大部分の人も知らないことだろう。

この直営店がつぶれてしまったのだ。明るくて、女子店員の服装は可愛らしく、きびきびとした動作には好感がもてたのだが、一連の公害事件の際に砒素入りミルクの事件もクローズアップされ、その後の経過の酷さに誰もが胸を痛めた。温和な田舎の地方小都市でも人人の静かな憤りがM製菓の商品に対するボイコット(不買運動)となってあらわれ、この店は経営を維持出来なくなり身売りをしてしまった。

雄介の親父さんは、雄介や淳介がもの心づいた頃から、ずっとM製菓のこの地方都市の支店長だったのだが、その際家をたたんで家族ともども他の都市に移り住んだ。

空いた喫茶店はどこにもなかった。喫茶店で雄介と淳介が向い合わせに座っている間ずっと喫茶店の内部もその外部と同じように都会の喧騒に包まれていた。

二十数年ぶりに逢い、二人の胸を過ることは口に出して話すにはあまりにも多過ぎたようである。

結果として二人はあまり言葉を交さなかった、いや、交せなかった。

「………」

「………」

「出ようか」

「今度 一緒に食事をしよう」

「うん」

「さよなら」

「ああ珈琲御馳走さま」

「では」

で別れたばかりであった。

数日後淳介が暑い一日を過し水のシャワーを気持よく浴びているところへ雄介が電話をしてきた。

「明日是非会ってくれ」



### ご愛読者サービスのお知らせ

第19回AMショーの会場に来られる本紙ご愛読者のかたは、本号(10月1日号)の封筒を小社の小間までご持参下さい。本紙専用のビニール製手さげ袋を差しあげます。

なおAMショー期間中に、本紙ご購読のお申し込み(新規・継続とも)下さった方にも同様に本紙用手さげ袋を差しあげます。ぜひこの機会にお知り合いの業者の方にも本紙ご購読をお薦め下さい。

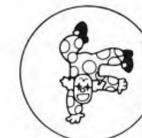
小社の小間は1階会場の出口付近です。関連洋書の特別頒布は今回次のとおり行ないます。(冊数に限りがあります)。

●JUKEBOX——The Golden Age 頒価 3,500円
●SLOT MACHINE ON PARADE 頒価10,000円

〒530 大阪市北区神山町9-16 山名ビル ☎(06)314-0309
アミューズメント通信社

**UNIVERSAL CO., LTD.**
1-7-7, Nihonbashi Horidome-cho, Chuoh-ku, Tokyo 103, Japan
Phone : (03) 661-1447, 6004
Cable : UNMANIFACT　Telex : J27348 (UNICO)

**UNIVERSAL U.S.A. INC**
3250 Victor Street, Santa Clara, California 95050, U.S.A.
Phone : 408-727-4591～5
Telex : 172247 (UNI USA SNTA)

**European Office :**
P.O.BOX1EY 81 Tottenham Crt. Rd. London W1A1EY
Phone : 01-5807348／6311189
Telex : 892989 (ELCOIN)

## ユニバーサル販売株式会社

本　社　〒103 東京都中央区日本橋堀留町1－7－7　☎(03) 661-0330㈹
大阪営業所　〒532 大阪市淀川区西中島6－7－8　大昭ビル　☎(06) 304-3955㈹
名古屋営業所　〒453 名古屋市中村区佐古前町2－46　栄生ビル　☎(052)461-2341㈹
九州営業所　〒812 福岡市博多区比恵町1－18 東カン福岡第二ビル　☎(092)471-6188㈹

## 株式会社ユニバーサル

本　社　〒323 栃木県小山市荒井561　小山第三工業団地内　☎(0285)25-5521㈹